

стабилизировать социальный климат в условиях мирового финансового кризиса.

Перед СМИ в этой связи возникает вопрос, как должна освещаться массовая миграция полиэтнического населения, чтобы сформировать и у принимающего общества, и у переселенцев толерантные установки. Поскольку в перспективе миграционная тематика вряд ли уйдет со страниц как краевой, так и федеральной прессы. Это обусловлено демографическими перспективами. Стремительная естественная убыль населения в России приведет к ситуации, когда категория трудоспособного населения будет одним из самых дефицитных ресурсов в стране. Следовательно, иммиграционная политика – единственная перспектива снижения темпов депопуляции и решения экономических проблем в России. Все это требует взвешенного и объективного освещения миграционных процессов в СМИ.

Родионов Б.А.,

г. Ижевск

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Вступление человечества в XX веке в новый этап развития – информационную цивилизацию, вызвало необходимость осмысления происходящих процессов, связанных с радикальными переменами в практической и духовной деятельности людей.

Известно, что потребность – одна из основных категорий, раскрывающих социальную деятельность личности, важнейший «механизм» её поведения. К числу базовых потребностей относятся потребность в общении. Потребности в общении с другими людьми постепенно перерастают в потребности в массовых средствах информации. В феномене социальной коммуникации находит выражение коммуникативная функция общества, реализуется одна из его фундаментальных потребностей.

Средством удовлетворения последней и выступает специальная деятельность – коммуникативная.

Коммуникативную деятельность можно определить как активность по созданию и использованию личностью знаковых систем и социальных институтов на основе развития коммуникативного потенциала и способностей, а также определённой коммуникативной культуры. Специфика коммуникативной деятельности заключается в том, что она есть инфраструктура всех видов человеческой деятельности, реальное бытие информационных и социорегулятивных (социоинформативных) общественных отношений, «механизм» взаимосвязи деятельности и общественных отношений.

Саму социальную коммуникацию можно характеризовать как способ человеческой деятельности и общения, один из факторов их развития.

С точки зрения важности циркуляции информации в обществе в структуре социальной коммуникации выделяются такие её виды, как межличностная, специальная и массовая.

Межличностная коммуникация есть не что иное, как непосредственное общение людей между собой.

Поскольку социальная информация носит чаще всего профессиональный характер и имеет ценность в пределах определённых социальных групп и общностей, то к специальной коммуникации нужно отнести научную, художественную, религиозную, дипломатическую, разведывательную.

Массовый вид социальной коммуникации представлен так называемой массовой коммуникацией (сюда входят СМИ, рекламная деятельность) и массовыми информационными системами общества (публичные и научные библиотеки, информационные центры и агентства, «банки» информации и т.п., есть Интернет).

Главной, ведущей функцией, прямо связанной с формированием целостности общества, является интегративная функция социальной коммуникации.

Она обеспечивает соединение различных видов человеческой деятельности в единый процесс, организует обмен деятельностью, реализует систему общественных отношений. По отношению к этой функции все остальные выступают как более конкретные, как осуществляющие интеграцию социального организма. К ним можно отнести следующие функции.

Информативная функция. Она связана с передачей и обменом социальной информации, упорядочением информационных потоков общества.

Функция социального исследования связана с обеспечением преемственности развития материальной и духовной культуры, общественного производства, форм общественного сознания, передачей социального опыта от поколения к поколению.

Регулятивная функция. Она включает социализацию и воспитание, социальный контроль, внедрение социальных норм, обеспечивает процессы управления, выполняя тем самым как бы «мобилизующую» функцию.

Гедонистическая функция. Она включает эстетическое удовлетворение от восприятия информации, непосредственного общения.

Функции социальной коммуникации связаны между собой, дополняя друг друга. Социальная коммуникация «скрепляет» все элементы общества, связывает его социальные институты, обеспечивает социальную преемственность.

Таким образом, социальная коммуникация предстаёт как целостная система, исследование которой требует разработки определённых методологических и мировоззренческих принципов теоретического осмысления.

Необходима, на наш взгляд, специальная отрасль знания – социология социальной коммуникации. Её можно определить как отрасль социологии, изучающей генезис, сущность, функции, общие закономерности развития коммуникации и разрабатывающую основные методологические, мировоззренческие, идеологические принципы её исследования, управления и прогнозирования. Эта теория будет представлять собой организационную связь общесоциологического, специально-теоретического и эмпирического уровней исследования социальной коммуникации.

Объект её исследования – информационно-коммуникативные процессы в обществе. Предмет социологии социальной коммуникации – коммуникативная деятельность и информационные общественные отношения.

Общесоциологический уровень исследования социальной коммуникации включает представление о ней как части инфраструктуры общества, его фундаментальной потребности, особой разновидностью человеческой деятельности, способа организации социального общения.

Специально-теоретический уровень – это исследование структурных элементов системы социальной коммуникации: межличностной, специальной, массовой коммуникации, самых различных специальных институтов, прямо или косвенно реализующих информационно-коммуникативные процессы.

Наконец, эмпирический уровень исследования социальной коммуникации включает изучение функционирования и развития конкретных её средств: вербальных, невербальных и предметно-вещных.

Итак, социология социальной коммуникации как отрасль знания имеет сложную структуру. Каждому уровню исследования социальной коммуникации, вероятно, соответствуют его специфические методы. Этот вопрос мы считаем, может быть самостоятельной темой анализа.

Социология социальной коммуникации имеет свой категориальный аппарат (язык) и свою проблематику.

К ключевым понятиям этой отрасли социологического знания можно отнести такие, как «информационное взаимодействие», «информационно-коммуникативные процессы», «коммуникативная деятельность», «коммуникативная культура», «историко-типологические формы социальной коммуникации: локальная, мировая, глобальная».

В язык социологии социальной коммуникации входят и понятия «социальная связь», «информация», «поток информации», «массовая информация», «общение», «массовая коммуникация», «информационная инфраструктура» и другие.

Весьма обширна и проблематика социологии социальной коммуникации. Актуальной её проблемой является бытие социальной коммуникации в современном обществе в условиях как его глобализации, так и индивидуализации развития личности.

Ручкин А.В.,

г. Екатеринбург

АНАЛИЗ ЕВРОПЕЙСКИХ МОДЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ НАГРАДНЫХ СИСТЕМ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА

Социальная мобильность и социальный статус зависят от множества факторов и условий, одним из которых является получение государственных наград. Принцип социальной мобильности при условии получения награды должен обязательно соблюдаться, считает французский исследователь демократии Джей Его, поскольку государственные награды присваиваются только тем, «кто в условиях распределительной справедливости, согласно бремени, возложенного на него, заслужил признания вследствие высокого социального вклада» [1]. Этот принцип стоит во главе большинства законов европейских государств, например, Решение королевы Нидерландов от 10